



Les Allemands

- Population totale: **80,5 millions d'habitants**
- Taux de croissance économique: **+0,4 %**
- Taux de chômage: **5,3 %**
- Taux d'inflation: **+1,6 %**

Source : Eurostat.

55,7% des touristes sont venus en avion.

44,3% des touristes sont venus en train.

Les transports routiers ne sont pas comptabilisés dans les enquêtes.



Quel profil ?

Les visiteurs allemands ont le même âge moyen que celui de l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion et en train (40 ans). Ils appartiennent pour 4 visiteurs sur 10 environ (40,2%, -2,1 points) aux PCS+¹ et pour 23,6% (+3,1 points) à la catégorie des employés. Ils proviennent essentiellement de Rhénanie-du-Nord-Westphalie (27,4%), de Bavière (15,4%), du Bade-Wurtemberg (13,8%), de Hesse (9,0%) et de Berlin (8,5%).

¹ Professions libérales, professeurs, professions scientifiques, cadres et autres professions intellectuelles supérieures.

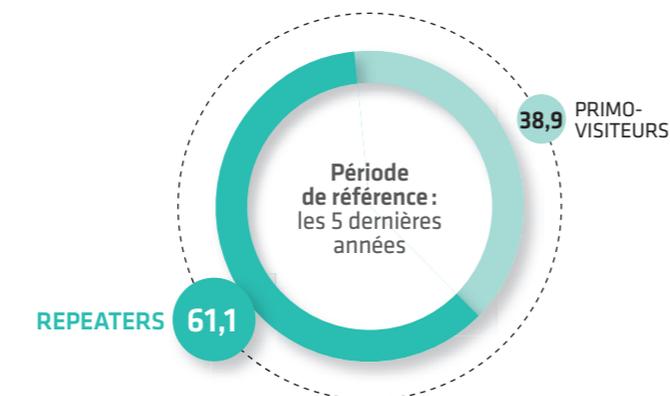
Quel type de voyage ?

Plus des deux tiers (68,2%, -3,3 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent seuls (38,3%, +6,0 points) ou en couple (25,1%, -2,5 points). Ils voyagent en individuel non organisé pour 85,5% (+5,5 points). Ils sont 11,5% à opter pour un séjour en individuel organisé (-2,2 points) et 3,0% à préférer les groupes organisés (-3,3 points).

Quel hébergement ?

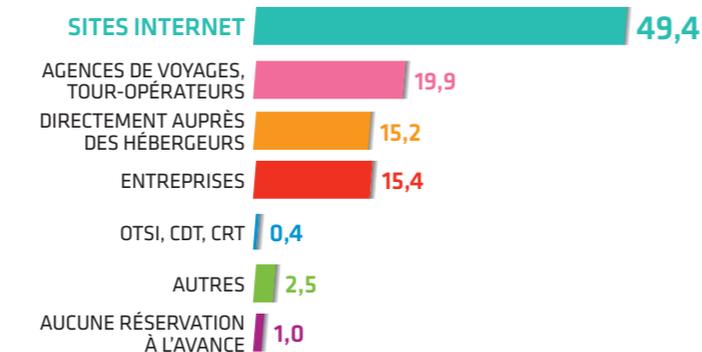
Plus de 8 séjours sur 10 (83,5%, +0,7 point) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 73,6% (moyen de gamme pour 65,9% et haut de gamme pour 27,7%), les meublés et locations saisonnières (4,1%), les hébergements pour jeunes (2,3%) ainsi que les résidences hôtelières (1,8%). Les résidences principales d'amis (8,6%), de parents (2,7%) ainsi que les résidences secondaires de parents ou d'amis (2,7%) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

UNE MAJORITÉ DE REPEATERS ALLEMANDS À PARIS ÎLE-DE-FRANCE (EN %)



La moyenne de l'ensemble des clientèles est de 56,1% de repeaters et de 43,9% de primo-visiteurs.

POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDÉRANT (EN %)



Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

À l'étape de la préparation du voyage, les Allemands favorisent également Internet (51,1%, +1,8 point), devant les agences de voyages et les tour-opérateurs (18,3%, -7,7 points) ainsi que les entreprises (14,1%, +4,7 points).

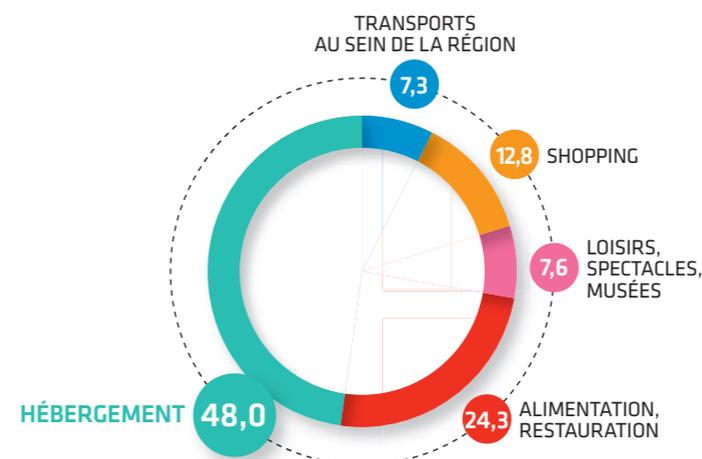
Quelles activités ?

Les Allemands sont particulièrement attirés par les sorties nocturnes (26,0%, +7,7 points), par la découverte de nouveaux quartiers branchés (21,7%, +4,6 points), celle des villes (73,7%, +3,5 points) et de la gastronomie (38,4%, +2,8 points). En revanche, ils se consacrent moins à la visite de parcs d'attractions (9,7%, -7,4 points), au shopping (38,6%, -7,2 points) ainsi qu'aux marchés et brocantes (16,7%, -5,5 points). Ils sont également moins intéressés par les visites guidées de quartiers (4,4%, -3,6 points), les parcs et jardins (31,5%, -3,3 points) ainsi que la visite de musées et monuments (85,3%, -2,4 points).

Quels sites visités ?

« Top 5 » des lieux les plus visités: la tour Eiffel (61,1%), Notre-Dame de Paris (60,2%), l'Arc de triomphe (53,1%), le Sacré-Cœur de Montmartre (51,3%) et le musée du Louvre (49,0%). Ils sont plus nombreux à visiter le Sacré-Cœur de Montmartre (+8,4 points) et le centre Pompidou (24,4%, +4,3 points). En revanche, ils visitent moins la tour Eiffel (-7,1 points), le musée d'Orsay (17,5%, -6,5 points), le musée du Louvre (-6,1 points), Disneyland® Paris (9,1%, -5,9 points) et le château de Versailles (11,2%, -5,8 points).

PRÈS DE LA MOITIÉ DES DÉPENSES DES ALLEMANDS CONSACRÉES À L'HÉBERGEMENT (EN %)



Les Allemands, dont la dépense moyenne par jour et par personne, est inférieure à celle de l'ensemble des clientèles, accordent un budget plus important à l'hébergement (+5,8 points) et moins important au shopping (-6,7 points).

DES TOURISTES SATISFAITS AVEC DES AMÉLIORATIONS À APPORTER EN MATIÈRE DE RESTAURATION ET DE TRANSPORTS (EN %)*



* % satisfaits et très satisfaits.

Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles confondues: 94,3 %.

Les données exprimées en « points » sont calculées par rapport à l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion et en train.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports et dans les trains - CRT Paris Île-de-France, ADP, SAGEB, SVD (BVA) - résultats 2013.

SUGGESTIONS

- S'adapter aux besoins des voyageurs professionnels.
- Faire porter les efforts sur la restauration et les transports.
- Communiquer davantage sur les sorties nocturnes et les sites plus confidentiels.

L'essentiel

- 875 000 séjours soit 5,8% des séjours de la clientèle internationale venue en avion et en train.
- 3 787 000 nuitées soit 4,6% des nuitées de la clientèle internationale venue en avion et en train.
- 4,3 nuits en moyenne.
- 61,1% sont déjà venus à Paris Île-de-France.
- 97,0% voyagent en individuel.
- 68,2% voyagent pour motifs personnels uniquement.
- 132 € de dépense moyenne (par jour et par personne).
- 93,6% sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France.
- 95,6% recommanderaient la destination à leur entourage.
- 52,7% souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans.